# The astonishing business of the Greta Thunberg lobby

ARTICLE FROM 08/25/2019
An article by Wolfram Weimer
https://www.theeuropean.de/

***Greta Thunberg sets sail for the USA in a sailboat. The global media spectacle surrounding the climate activist reaches a new high. But behind the scenes, PR professionals are pulling the strings and making astonishing deals.***

For 800 years, no children's sea voyage has received as much attention as the one by Greta Thunberg this week. The Swedish climate activist is setting sail for America to warn the world of its impending doom at the United Nations Climate Summit in New York on September 23rd. And because she wants to do this demonstrably emission-free, she is not flying, but sailing on the ocean-going yacht "Malizia II." It will be a visually powerful media spectacle of global dimensions: the fragile child plunges into the Atlantic waves to still prevent the apocalypse. Front pages and news headlines are thus assured for her.

***Historians are reminded of the year 1212.***

Back then, politically charged children also wanted to save the world with all sorts of seafaring spectacles, fervently preached for poverty as for God, and set off for the Holy Land. Their leader was named Nicholas, a minor like Greta and just as charismatic; he came from Cologne and carried a cross made of ship ropes with him. The hearts of the time also went out to him. He promised the children who had gathered around him a miracle: the sea would part in Genoa, and they would reach Jerusalem on foot. It turned out differently; the peaceful children's crusade failed, but the fascination with the child as a moral admonisher remained in the European subconscious for centuries.

Greta Thunberg is still benefiting from it today. Some - especially in the left-ecological milieu - venerate the 16-year-old environmental activist as a selfless prophet and a brave child-fighter like a saint. The "school strikes for the climate" triggered by her have grown into the important youth movement "Fridays for Future". Others - especially right-wing populists - disparage her as an "eco-religious puppet" and her actions as "green disaster charade." She is a "wonder weapon of the Greens" to whisper a new eco-ideology to the world. Beyond the political perspective, for most observers, the person Greta Thunberg is simply a fascination, a courageous girl with Asperger's syndrome, who ignites the climate discussion with contagious youthful idealism. But even for many sympathizers, the latest stagings of her person are unfortunate to disconcerting. Skepticism is growing among the public as to who is actually staging the new superstar of the eco-zeitgeist so professionally and how the sick child is doing in the political turmoil? Greta Thunberg now has the schedule of a supermodel and top politician; press conferences, photo shoots, interviews, parliamentary speeches, demonstration appearances alternate ever more hectically. At a photo shoot in the Hambach Forest lignite mining area, she had herself photographed with a masked activist - the Office for the Protection of the Constitution classifies the scene, which is willing to use violence, as left-wing extremist - and had to take some criticism for it.

Sailing is also often the subject of critical commentary, because it concerns one of the most expensive racing yachts in the world, because her "Team Malizia" comes from Monaco and thus from a tax haven, because the ship belongs to an ominous Stuttgart real estate millionaire, because Greta is unnecessarily exposed to Atlantic storm dangers. A spokesperson for the team told the German Press Agency that the journey could be quite rough for Greta depending on the weather conditions, and added laconically: "But Greta is a brave girl, she'll handle it." This increases doubts among the public about the motives of Greta's backers. Is she possibly a coldly staged product of clever marketing strategists who want to profit from the media hype? As early as February, the left-wing newspaper "taz" reported under the title "Greta Thunberg commercially exploited / Activist as an advertising figure".

Since then, reports on the commercial background of the Greta hype have been increasing, especially in Scandinavian media.

Accordingly, the stock corporation "We don't have time" is particularly in a dubious light. The company was founded in 2017 by Ingmar Rentzhog, one of Sweden's most successful PR managers and stock market specialists. His self-confident goal: to create the "world's largest social network for climate action" and thus earn as much money as possible. Greta Thunberg is deliberately built up as the figurehead for this. Even the very first appearance of Greta, when she sat down in front of the Swedish Parliament in August 2018 with her cardboard sign "School strike for the climate", is put in the right light by Rentzhog and his media team. Rentzhog has photos and videos - PR-professionally in English - spread virally from Facebook to Instagram. On the Youtube channel of "We don't have time" you can admire the campaign for Greta from the very first moment. Rentzhog later tells the newspaper "Svenska Dagbladet" that he was Greta's discoverer: "Yes, that's how it was. I then also helped Greta with a lot and also used my network of contacts."

At the same time, Greta's mother, Malena Ernman, sensationally published a book about family life, Greta's illness, and climate change. The book became an international bestseller and perfectly accompanied Greta's rise in the media. Ernman is a prominent singer in Sweden and represented Sweden in the Eurovision Song Contest in 2009.

The commercial goal of the Rentzhog campaign from the outset is to use climate icon Greta to expand the public limited company "We don't have time" into a green mass platform. Initial investor rounds are being arranged and financial prospectuses are being written in order to subscribe for share capital. A stock market briefing states: "Our model is TripAdvisor.com, which assesses and influences companies with its 390 million users." www.fundedbyme.com/en/campaign/8227/we-dont-have-time/

At the end of November, Greta Thunberg even officially takes a place as an advisor on the board of the Rentzhog Foundation. At the climate summit in Katowice in December 2018, she travels with the "We don't have time" managers like on a road show and presents the project. After the first criticism of the business structure becomes public, Greta suddenly withdraws from the company and officially declares in a Facebook post on February 11: "I have no more connections with We don't have time." Greta's parents claim in interviews that Rentzhog misused Greta's name for his business and apologized for it.

The new climate group's business is, of course, continuing briskly. With Anette Nordvall, a major figure in the Swedish venture capital scene has even joined the Rentzhog platform. The Swedish business magazine "Di Digital" describes Nordvall as "one of Sweden's most powerful tech investors." Now she is "Chairwoman" at "We don't have time" and explains: "Our goal is to become the Facebook for climate change."

In a joint letter to investors, Rentzhog and Nordvall write: "Since we launched 18 months ago, we have been working to expand the social network, attract investors, and showcase important climate change initiatives and young climate heroes like Greta Thunberg." And further, with astonishing openness: "The company's task is to make profits, including advertising revenue... there is no conflict of interest between climate protection and making money." They have already raised 23 million Swedish kronor in a short time from more than 500 investors from 16 countries. This week, the Greta images from the Atlantic voyage will probably add a considerable amount to this.

# Die erstaunlichen Geschäfte der Greta Thunberg-Lobby

ARTIKEL VOM 25.08.2019

**Greta Thunberg bricht mit einem Segelboot in die USA auf. Das globale Medienspektakel um die Klimaschützerin erreicht einen neuen Höhepunkt. Doch im Hintergrund ziehen Profis ihre PR-Strippen und machen erstaunliche Geschäfte.**

Seit 800 Jahren ist keine Kinderseefahrt mehr so beachtet worden wie die von Greta Thunberg in dieser Woche. Die schwedische Klimaaktivistin sticht in See nach Amerika, um beim Klimagipfel der Vereinten Nationen am 23. September in New York die Welt vor dem Untergang zu warnen. Und weil sie das demonstrativ emissionsfrei tun will, fliegt sie nicht, sondern segelt sie mit der Hochseeyacht „Malizia II“ los. Es wird ein bildmächtiges Medienspektakel globaler Dimension: das zerbrechliche Kind stürzt sich in die Atlantikfluten, um die Apokalypse noch zu verhindern. Titelseiten und Nachrichtenaufmacher sind ihr damit sicher.

**Historiker fühlen an das Jahr 1212 erinnert.**

Damals wollten politisch beseelte Kinder ebenfalls mit allerlei Seefahrer-Spektakel die Welt retten, predigten innbrünstig für Armut wie für Gott und brachen ins Heilige Land auf. Ihr Anführer hieß Nikolaus, minderjährig wie Greta und ebenso charismatisch, er kam aus Köln und trug ein Kreuzzeichen aus Schiffstauen bei sich. Auch ihm flogen die Herzen der damaligen Zeit zu. Er versprach Kindern, die sich um ihn geschart hatten, ein Wunder: Das Meer würde sich in Genua teilen und so würden sie trockenen Fußes nach Jerusalem gelangen. Es kam anders, der friedliche Kinderkreuzzug scheiterte, doch die Faszination vor dem Kind als moralischem Mahner blieb im europäischen Unterbewusstsein für Jahrhunderte erhalten.

Greta Thunberg profitiert davon bis heute. Die einen - vor allem im links-ökologischen Milieu - verehren die 16-jährige Umweltaktivistin als selbstlose Prophetin und tapfere Kinder-Kämpferin wie eine Heilige. Die von ihr ausgelösten „Schulstreiks für das Klima“ seien zur wichtigen Jugend-Bewegung „Fridays for Future“ gewachsen. Andere - vor allem Rechtspopulisten - schmähen sie als „öko-religiöse Putte“ und ihr Tun als „grünen Katastrophenklamauk“. Sie sei eine „Wunderwaffe der Grünen“, um der Welt eine neue Öko-Ideologie einzuflüstern. Jenseits der politischen Lagerperspektive ist der Mensch Greta Thunberg für die meisten Beobachter schlichtweg ein Faszinosum, ein mutiges Mädchen mit Asperger-Syndrom, das mit ansteckendem jugendlichem Idealismus die Klimadiskussion anfacht. Doch selbst für viele Sympathisanten sind die jüngsten Inszenierungen ihrer Person unglücklich bis befremdlich. Es wächst im Publikum die Skepsis, wer warum den neuen Superstar des Öko-Zeitgeistes eigentlich so professionell inszeniert und wie es dem kranken Kind im politischen Getümmel wohl geht? Greta Thunberg hat mittlerweile den Terminplan eines Supermodells und Spitzenpolitikers; Pressekonferenzen, Foto-Shooting, Interviews, Parlamentsreden, Demonstrationsauftritt wechseln sich immer hektischer ab. Auf einem Fototermin im Braunkohle-Revier Hambacher Forst hat sie sich mit einer vermummten Aktivistin - der Verfassungsschutz stuft die gewaltbereite Szene als linksextremistisch ein - fotografieren lassen und einige Kritik dafür einstecken müssen.

Auch die Segeljachtfahrt wird vielfach kritisch kommentiert, weil es sich um eine der teuersten Rennjachten der Welt handelt, weil ihr „Team Malizia“ aus Monaco stammt und also aus einem Steuerparadies, weil das Schiff einem ominösen Stuttgarter Immobilienmillionär gehört, weil man Greta unnötig in atlantische Sturmgefahren begibt. Eine Sprecherin des Teams sagte der Deutschen Presse-Agentur, die Reise könnte für Greta je nach Wetterverhältnissen recht unruhig werden und ergänzt lakonisch: „Aber Greta ist ein mutiges Mädchen, sie wird das locker hinkriegen.“ So wachsen im Publikum die Zweifel über die Motive von Gretas Hintermännern. Ist sie womöglich ein kalt inszeniertes Produkt cleverer Marketingstrategen, die Profit aus dem medialen Hype schlagen wollen? Bereits im Februar berichtete die linksgerichtete Tageszeitung „taz“ unter dem Titel „Greta Thunberg kommerziell ausgenutzt/ Aktivistin als Werbefigur“. Seither mehren sich vor allem in skandinavischen Medien Berichte

über die kommerziellen Hintergründe des Greta-Hypes. Demnach steht insbesondere die Aktiengesellschaft „We don't have time" im Zwielicht. Das Unternehmen wurde von einem der erfolgreichsten PR-Manager und Börsenspezialisten Schwedens, Ingmar Rentzhog, 2017 gegründet. Sein selbstbewussten Ziel: Das „weltweit größte soziale Netzwerk für Klimaaktion" zu schaffen und damit möglichst viel Geld zu verdienen. Als Gallionsfigur wird Greta Thunberg dafür gezielt aufgebaut. Schon der allererste Auftritt von Greta, als sie sich im August 2018 vor dem schwedischen Reichstag mit ihrem Pappschild „Schulstreik für das Klima" nieder gesetzt hat, wird von Rentzhog und seinem Medienteam ins rechte Bild gesetzt. Fotos und Videos - PR-professionell gleich in englischer Sprache - lässt Rentzhog von Facebook bis Instagram viral verbreiten. Auf dem Youtube-Kanal von „We don't have time" kann man vom ersten Moment an die Kampagne für Greta bestaunen. Der Zeitung „Svenska Dagbladet", sagt Rentzhog hernach, er sei der Entdecker Gretas: „Ja, so war es. Ich habe Greta dann auch mit vielem geholfen und dazu auch mein Kontaktnetzwerk verwendet."

Zeitgleich veröffentlicht die Mutter von Greta, Malena Ernmann, publikumswirksam ein Buch über das Familienleben, die Erkrankung von Greta und den Klimawandel. Das Buch wird ein internationaler Bestseller und flankiert den medialen Aufstieg Gretas perfekt. Ernmann ist in Schweden eine prominente Sängerin und hat Schweden 2009 beim Eurovision Song Contest vertreten.

Kommerzielles Ziel der Rentzhog-Kampagne ist es von Anfang an, über die Klima-Ikone Greta die Aktiengesellschaft „We don't have time" zu einer grünen Massen-Plattform auszubauen. Erste Investoren-Runden werden anberaumt und Finanzprospekte geschrieben, um Aktienkapital zeichnen zu lassen. In einem Börsenbriefing heißt es: „Unser Vorbild ist TripAdvisor.com, das mit seinen 390 Millionen Usern Unternehmen bewertet und beeinflusst." www.fundedbyme.com/en/campaign/8227/we-dont-have-time/

Ende November nimmt Greta Thunberg sogar offiziell einen Platz als Beraterin im Vorstand der Stiftung Rentzhogs ein. Beim Klimagipfel in Kattowitz im Dezember 2018 reist sie wie auf einer Road Show mit den „We don't have time"-Managern an und stellt das Projekt vor. Nachdem erste Kritik an der geschäftlichen Konstruktion öffentlich wird, zieht sich Greta von dem Unternehmen plötzlich zurück und erklärt in einem Facebook-Post vom 11. Februar offiziell: „Ich habe keine Verbindungen mehr mit We don't have time." Die Eltern von Greta behaupten in Interviews, Rentzhog habe den Namen Gretas für seine Geschäfte missbraucht und sich dafür entschuldigt.

Das Geschäft des neuen Klimakonzerns läuft freilich lebhaft weiter. Mit Anette Nordvall ist sogar eine Größe der schwedischen Venture-Kapitalistenszene bei der Rentzhog-Plattform eingestiegen. Das swedische Wirtschaftsmagazin „Di Digital" bezeichnet Nordvall als „eine von Schwedens mächtigsten Tech-Investoren". Nun ist sie „Chairwoman" bei „We don't have time" und erklärt: „Unser Ziel ist es, das Facebook für den Klimawandel zu werden."

In einem gemeinsamen Brief an Investoren schreiben Rentzhog und Nordvall: „Seit wir

vor 18 Monaten gestartet sind , haben wir daran gearbeitet das soziale Netzwerk zu auszubauen, Investoren anzuziehen und wichtige Klimawandel-Initiativen und junge Klima-Helden wie Greta Thunberg in Szene zu setzen.“ Und weiter, in erstaunlicher Offenheit: „Die Aufgabe des Unternehmens ist es, Gewinne zu erzielen, Werbeeinnahmen inbegriffen….es gibt keinen Interessenkonflikt zwischen Klimaschutz und Geldmachen.“ Man habe in kurzer Zeit bereits 23 Millionen schwedische Kronen von mehr als 500 Investoren aus 16 Ländern eingenommen. In dieser Woche wird mit den Greta-Bildern der Atlantik-Fahrt wohl einiges hinzu kommen.

Artikel vorlesen

The European
DAS DEBATTEN-MAGAZIN

Aktuelle Debatten & spannende Einblicke erhalten Sie wöchentlich im kostenlosen Newsletter.

E-Mail

Anmelden

EIN ARTIKEL VON

Wolfram Weimer >

Zur Startseite

KOMMENTARE (0)

*Keine Kommentare gefunden!*

NEUEN KOMMENTAR SCHREIBEN

**Name:**

**E-Mail-Adresse:**

**Kommentar:**

Ich verstehe und akzeptiere die Bedingungen.

ABSENDEN

T-Online

Finanzen100

Focus Online

Heute.de

Mediapart

Politische Akademie Tutzing

Hanns-Seidel-Stiftung

Konrad-Adenauer-Stiftung

Europäische Akademie Berlin

ArtFuture

KONTAKT

DATENSCHUTZ

IMPRESSUM

NUTZUNGSBESTIMMUNGEN

NETIQUETTE